

Das Verschwinden der Verlage!

Was im Moment bei der Basler Zeitung abläuft hat sich schon lange angekündigt und ist kein Zeitungsphänomen geschweige denn ein Regionales Problem. Die Krise im Verlags- und Buchwesen ist nicht nur Hausgemacht, sie gründet auf demselben Problem, dass die Videotheken und CD-Läden zum verschwinden brachte.

In erster Linie geht es heute nicht mehr darum wie eine Zeitung ausgerichtet ist und wer über was schreibt. Wichtig für Zeitungen ist nur noch der Regionale Teil und der ist im Dreiländereck (D-CH-F) extrem beschränkt. Nachdem über jeden Autofahrer berichtet wird der in einen Kandelaber gefahren ist und jeder eheliche Streit in einem Dorf der Umgebung zur Sprache kommt, bleibt noch ganz selten etwas über Lokale Politik und etwas Kultur zu berichten. Schön haben die grösseren Städte im Dreiländereck alle viele kulturell hochstehende Angebote. So kann ausführlich darüber berichtet werden und die Zeitung füllt sich. Damit das Zeitungswesen, überhaupt das Verlagswesen mit dem angeschlossenen Buchhandel langfristig überleben kann muss zwingend ein Schritt getan werden, der den Verlegern in keiner Weise gefallen wird. Sie müssen alle drei Reihen zurücktreten und einer Führung platz machen, die mindestens zwei Generationen jünger ist!

Das Verlagswesen inklusive Zeitungen kann nur überleben wenn „Digital Natives“ die Führung übernehmen, die jetzige Verlegergeneration (alle zwischen 60 und 90 Jahre alt) hat nur noch eine, sehr wichtige, Funktion. Sie muss Geld geben. Nicht einfach etwas Spielgeld, der Umbau des heutigen Verlagswesens wird enorm teuer, es müssen Millionen fliessen und zwar OHNE, dass ein Geldgeber mitredet. All das viele Geld, das die Verleger in den vergangenen 100 Jahren verdient haben MUSS in die Verlage zurückfliessen und es muss damit gerechnet werden, dass weit über die Hälfte der Verlage trotzdem untergehen werden. Vorbei die Zeit des Verlegers, der selbstherrlich die Richtung seines Verlages bestimmt, vorbei die Zeit wo der Verleger Manuskripte liest und dann nach Bauchgefühl entscheidet ob ein Buch erscheinen wird. Der neuen Generation ist es völlig egal wie und wo etwas erscheint, Wichtig ist nur noch die Information. Es ist eine selbstherrliche, blinde Verleumdung der Tatsachen, wenn heute noch behauptet wird, die Zeitschrift, das Buch, die Zeitung wird immer gedruckt erscheinen. „In den Ferien will man ein Buch in der Hand haben und nicht vom Stromstecker abhängig sein. Das haptische ist wichtig, man will Blättern und fühlen können!“ So machen sich die heutigen Verleger selber etwas vor. Unfähig zu beobachten und zu sehen, wie die Teens (nach dem englischen thirdTEEN bis nineTeen) von heute mit der Technik Druck umgeht. Die Teens von heute merken nicht mehr ob sie etwas elektronisch lesen oder ob sie es gedruckt in Händen halten, es geht um den Inhalt. Dieser Inhalt muss so aufbereitet sein, dass die Teens sich schnell informieren können, wenn möglich audiovisuell wenn es sich um längere Informationen handelt. Selbst in der Schweizer Zeitung ‚20 Minuten‘ wird die Rubrik ‚20 Sekunden‘ am meisten gelesen. Auch, dass dies nur bei jugendlichen so ist und diese später wieder ‚richtig‘ lesen werden ist ein Trugschluss die Technik wird sich verbessern und wer sich einmal an iPhones und seine viel besseren Nachfolger gewöhnt hat wird nicht mehr zum gedruckten Produkt zurückkehren.

Noch gefährlicher wie die Meinung, das ‚Gedruckte‘ wird immer wichtig bleiben, ist die Meinung der heutigen Verleger, dass sie voll mit dabei sind. Alle geben sich inzwischen mit PDF, Facebook, Twitter und Youtube modern und man klopft sich selber auf die Schulter wenn man die Userzahlen dieser Techniken anschaut. So schnell diese Techniken gekommen sind, so schnell verschwinden sie. Andere Branchen machen es schon lange vor, in der Mode gibt es nicht einmal mehr richtige Halbjahrestrends, es wird kreiert, produziert, abverkauft und was übrig bleibt wird eingestampft und alles fängt von vorne an, diese Rad dreht sich inzwischen schon lange in enormer Geschwindigkeit. Den Videotheken, den Plattenläden ist es bereits passiert, nur die Verleger und die Anhänger der gedruckten Informationen halten sich die Hände vor ihre Augen wie die kleinen Kinder und denken, es geht alles an uns vorüber.

Diejenigen denen etwas an ihren Produkten liegt werden den Schritt wagen. Weg von teuren Beratern, die lange über das Teenalter weg sind, hin zu den jüngsten Geschäftsführern, die aus Erfahrung (die wir alten nie machen werden) handeln und wissen was die neue Generation von Lesern will und braucht. Was die Verlage und Druck-Medien heute brauchen sind CEO's im Teenalter, die nicht wie wir, lernen mussten mit den neuen Techniken umzugehen. Diese CEO's müssen mit aller Macht ausgestattet werden die es braucht um die Verlage TOTAL umzubauen. Aber auch damit ist es nicht getan! Auch diese NEUEN Verlage können nicht mehr ruhen, sie müssen sich ständig selber neu erfinden und werden trotzdem dem denken und handeln ihrer zukünftigen Kunden hinterherhinken.